

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Контрольные работы предусмотрены для выполнения всеми студентами **заочной формы обучения**. Контрольная работа является составной частью самостоятельной работы студента заочной формы обучения по освоению программы дисциплины и предусматривает письменное изложение ответов на вопросы задания.

Подготовка контрольной работы (реферата) предоставляет студенту возможность продемонстрировать умение работать с литературой, применять навыки аналитического осмысления материала.

Каждый студент выбирает две из предложенных тем.

Тематика рефератов

1. Понятие коммуникаций.
2. Обратная связь как базовая характеристика процесса коммуникаций
3. Модели коммуникаций.
4. Структура маркетинговых коммуникаций.
5. Достоинства и недостатки отдельных элементов МК.
6. Above The Line и Below The Line.
7. Интегрированные маркетинговые коммуникации: сущность и причины возникновения подхода.
8. Эффективность ИМС-концепции.
9. Эффективные формы продвижения продукции: BTL, Product Placement.
10. Этапы развития рекламной коммуникации.
11. Креативные задачи в рекламе: концепции цвета.
12. Креативные задачи в рекламе: слоганы, речевые техники и манипуляции.
13. Сущность брендинга.
14. Модели бренда.
15. Краткосрочные бренды как альтернатива долгосрочным.
16. Классификации брендов.
17. Оценка коммерческого потенциала бренда.
18. Ребрендинг.
19. Этапы брендбилдинга.
20. Архитектура брендов.
21. Оценка стоимости бренда.
22. Особенности технологий брендинга на региональном рынке.
23. Методы тестирования имени бренда.
24. Фокус-группы и их применение в тестировании концепции брендинга.
25. Наружная реклама. Радиореклама.
26. ТВ-реклама. Реклама в прессе.
27. Тенденции в развитии мирового рынка рекламы.
28. Общие подходы к постановке целей и задач в рекламе. Эффекты рекламы.
29. Коммуникационные задачи в рекламе: модели АИДА, АССА, ДАГМАР.
30. Этапы эффективности рекламы.

Реферат должен быть выполнен на листах формата А4 и аккуратно скреплен; поля – верхнее и нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см. Текст должен быть напечатан на компьютере шрифтом Times New Roman, размер кегля 14, интервал полуторный, страницы должны быть пронумерованы.

Реферат должен содержать не менее 15-ти страниц основного текста (то есть – без титульных листов, содержания, списка литературы и т.п.) компьютерного варианта.

Реферат должен содержать:

1. Титульный лист с названием факультета, кафедры, названием предмета, темой работы, ФИО исполнителя и ФИО и должность преподавателя.

2. Содержание работы с указанием страниц.
3. Введение (цель, задачи, актуальность)
4. Основная текстовая часть (1 или 2 главы).
5. Заключение (выводы)
6. Список используемой литературы.
7. Приложения (по усмотрению исполнителя).

Тема реферата будет считаться раскрытой, если студент рассмотрит её в двух аспектах: теоретическом (аналитическом) и практическом (прикладном).

При выполнении реферата студент может пользоваться любыми источниками: научной и популярной литературой, публицистической литературой, материалами периодической печати, результатами социологических исследований, результатами непосредственного наблюдения, интервью с практиками и т.д.

Так как значительная часть времени, предусмотренного государственным стандартом для освоения дисциплины, отводится на самостоятельную работу студента, это предполагает обязательную внеаудиторную работу над материалом курса. Студент должен, прежде всего, освоить издания из списка основной литературы к курсу. Важно самостоятельное чтение научной литературы, знакомящей с основами применения выставочных технологий в различных сферах социально-культурной деятельности.